BioClips +

Regard sur l'industrie agroalimentaire

Mars 2005
Volume 8, numéro 2

Le débat sur les marges : comment se répartit le dollar dépensé par le consommateur?

par Mario Beaulieu, Félicien Hitayezu et Mario Ringuette

Direction des études économiques et d'appui aux filières

SOMMAIRE

Des mutations majeures . 2

Un repositionnement de la distribution 2

Un environnement d'affaires changeant 3

Conséquences de ces changements 3

Concepts utilisés 4

Valeur ajoutée 4

Les marges 5

Conclusion 7

Le dollar dépensé par le consommateur 7

Et les profits dans tous ça? 7

Direction des études économiques et d'appui aux filières

200, chemin Sainte-Foy, 10e étage
Québec (Québec) G1R 4X6

Téléphone : (418) 380-2101
Télécopieur : (418) 380-2164

Courriel : deeaf@mapaq.gouv.qc.ca

Internet : www.mapaq.gouv.qc.ca

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 1480-2120
05-0036

Depuis quelque temps, la question du partage des « marges » entre les différents maillons de l'industrie bioalimentaire fait régulièrement la manchette. Or, plusieurs concepts sont utilisés dans ce débat, parfois de façon plus ou moins appropriée, ce qui peut semer la confusion parmi les personnes intéressées à la question.

Le présent *BioClips* + veut d'abord faire la lumière sur les différents concepts employés dans l'argumentaire sur « l'iniquité » dans le partage des marges. Il veut également souligner le fait que le débat se situe peut-être sur un autre plan que celui du simple partage des marges. Il pourrait en effet concerner davantage la transmission des prix et des profits réalisés par chacun des maillons.

Mise en contexte

L'industrie agroalimentaire a connu, depuis un certain nombre d'années, des mutations considérables dont certaines ont redéfini les relations et les rapports de force entre ses différents maillons. De fait, le secteur de la production s'est fortement consolidé, ce qui lui a permis de bénéficier d'économies d'échelle, tout en continuant d'accroître sa productivité. Le secteur de la transformation, quant à lui, a non seulement répondu à une demande de plus en plus fragmentée avec des produits diversifiés et à plus grande valeur ajoutée, il s'est vu aussi obligé de composer avec de nouvelles exigences imposées par les changements majeurs qui se sont manifestés dans le secteur de la distribution. Ce dernier maillon est, en effet, celui qui a connu les plus profondes mutations ces dernières années. Il s'est particulièrement distingué par une concentration accrue et par l'ajout de plusieurs fonctions qui, autrefois, étaient presque exclusivement dévolues aux maillons de la production et de la transformation, voire de la restauration.

Québec

106-0 5614 /

Des mutations majeures

1.1
Un repositionnement de la distribution

Les dernières années ont été caractérisées par un mouvement de concentration de la grande distribution qui a conduit inévitablement à accroître la puissance d'achat des distributeurs (des rapprochements entre distributeurs par la création de centrales d'achat communes). Les distributeurs sont donc devenus de plus en plus incontournables pour les producteurs et les transformateurs à la recherche de débouchés.

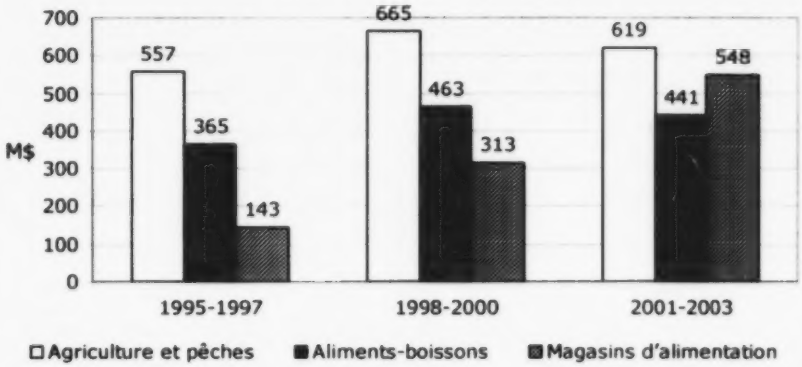
De plus, les distributeurs ont commencé à remonter plus largement la ligne verticale, grâce notamment aux marques de distributeurs (MDD – appelé aussi marques privées –), en s'appropriant des tâches (conception de produits, promotions, etc.) habituellement du ressort des fabricants. Les MDD permettent de segmenter la demande et donc d'attirer de nouveaux clients. Ils constituent aussi un moyen pour les distributeurs d'asseoir leur position.

Autre phénomène, les distributeurs ont agrandi leurs magasins pour offrir plus de produits et de services connexes aux produits alimentaires. On y trouve une quantité grandissante de mets préparés, alors que la préparation des aliments était autrefois l'apanage des restaurateurs. On y offre également de plus en plus de produits qui n'ont rien en commun avec l'alimentation (literie, cosmétiques, produits nettoyants, etc.). En agrandissant l'espace de leurs activités, les distributeurs ont fait preuve d'un certain dynamisme d'affaires qui semble donner des résultats concrets.

De plus, depuis quelques années, les grandes chaînes de distribution ont consacré essentiellement leur énergie à la consolidation, à l'intégration des réseaux acquis et à la modernisation de leurs magasins. La mise en œuvre de mesures de réduction des frais d'administration et l'amélioration de l'exploitation de leurs magasins ont été au cœur des résultats financiers positifs du secteur au cours des dernières années.

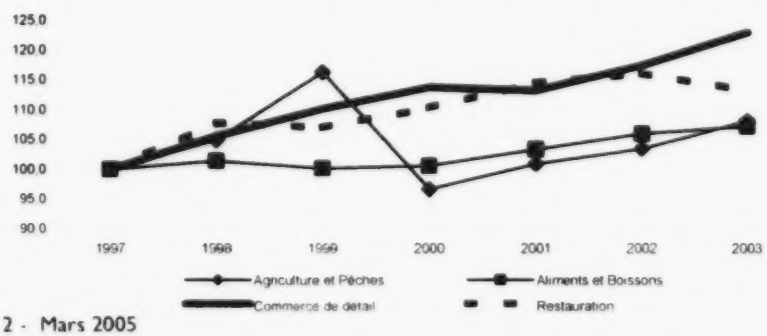
Tous ces changements ont été assortis d'investissements accrus de la part de la distribution. En effet, les magasins d'alimentation ont fait montre d'une très grande vitalité, triplant leurs investissements depuis 1995. Leurs projets se sont inscrits dans un plan majeur de rationalisation.

Investissement moyen depuis 1995



Par voie de conséquence, les magasins d'alimentation ont connu un essor considérable. D'ailleurs, le produit intérieur brut (PIB) réel de la distribution alimentaire a connu la plus forte croissance de l'industrie depuis 1997, une augmentation de plus de 645 M$ comparativement à 180 M$ pour le secteur agricole, à 338 M$ pour la transformation des aliments et boissons et à 352 M$ pour la restauration. Le graphique qui suit illustre bien ce phénomène.

Croissance du PIB réel des différents maillons depuis 1997, 1997=100



1.2
Un environnement d'affaires changeant

Concurrence internationale accrue

Le développement récent de l'industrie agroalimentaire s'est aussi effectué dans un contexte façonné notamment par l'ouverture des marchés, qui a procuré de nouveaux débouchés sur les marchés extérieurs. Cette dynamique ouvre aussi la voie à l'importation de produits de concurrents étrangers intéressés à percer le marché québécois. En outre, la logique des réseaux est de plus en plus déterminante et conduit certains acteurs, par exemple des distributeurs internationaux présents au Québec, à recourir à des sources d'approvisionnement externes.

Niveau de risque différent d'un maillon à l'autre

En matière agricole, il existe des mécanismes de contrôle ou d'atténuation des risques qui permettent de rendre l'environnement de production relativement plus prévisible, du moins en ce qui concerne les prix et les recettes. Les assurances agricoles (récolte et stabilisation du revenu) ainsi que les mécanismes de gestion de l'offre permettent de réduire la variation des prix et des revenus que touchent les producteurs agricoles.

Toutefois, les maillons secondaire et tertiaire doivent, pour leur part, trouver eux-mêmes les moyens de se protéger contre les différents types de risques auxquels ils ont à faire face. Dans l'évaluation du rendement (rentabilité) de leurs activités, il faut donc tenir compte de la prime de risque nécessaire.

1.3
Conséquences de ces changements

Toutes ces mutations au sein de l'industrie agroalimentaire se sont opérées dans une période où la demande alimentaire intérieure est relativement stable et où le marché alimentaire en général connaît, du moins en Occident, une croissance lente. Il en résulte notamment que le dollar dépensé par le consommateur est amplement disputé et devient, parfois, une source de querelles entre les différents maillons.

La question de l'appropriation d'un pourcentage trop grand de ce qui, à tort ou à raison, est communément appelé « marge » par l'un ou l'autre maillon défraie régulièrement la chronique. Certains maillons laissent entendre qu'il y aurait une mauvaise répartition des « marges » dans la vente des produits alimentaires et que d'autres profitent indûment de cette situation à leurs dépens.

Le débat sur la répartition des « marges » fait référence de façon plus ou moins explicite à plusieurs concepts différents utilisés par divers acteurs, ce qui rend difficile la compréhension du problème. Des notions telles que la marge, le profit ou l'ampleur des bénéfices, la rentabilité et la valeur des produits, l'écart entre le prix d'achat et de vente des produits, etc., se retrouvent souvent au centre du débat, alors que leur sens demeure ambigu. Il n'en demeure pas moins que la problématique sur la répartition des « marges » soulève une question fondamentale : comment se répartit entre les maillons chaque dollar dépensé par le consommateur de produits alimentaires?

Ce questionnement est au cœur du débat, car il renvoie à la logique économique qui régit le fonctionnement des marchés où se déterminent la quantité et le prix des produits échangés. En principe, dans la mesure où le bien fabriqué répond à un besoin, le prix d'équilibre reflète la valeur économique du produit et rémunère l'offreur qui cherche non seulement à couvrir ses coûts, mais à réaliser des profits.

Il apparaît donc essentiel de définir quelques concepts utilisés dans le débat en cours, notamment celui de la valeur ajoutée et des marges intermédiaires et bénéficiaires. La relation entre ces concepts et le prix payé par le consommateur sera alors plus facile à établir.

Concepts utilisés

2.1 Valeur ajoutée

La valeur ajoutée : contribution économique d'un secteur

La valeur ajoutée représente la différence entre la valeur de la production d'un produit et la valeur des achats intermédiaires de biens et services (achats d'intrants). Il s'agit donc des sommes servant à rémunérer les différents facteurs qui ont servi à produire le bien ou le service en question, soit la main-d'œuvre (les salaires), le propriétaire (les bénéfices servant à rémunérer entre autres le risque encouru) et le capital (intérêt, loyer et amortissement). C'est donc une contribution à la richesse collective générée par une activité économique. Il est important de mentionner que la valeur économique de la production existe seulement en présence d'un marché. Autrement dit, un bien ayant subi plusieurs transformations n'aura aucune valeur économique s'il n'y a pas de marché pour ce produit et, par le fait même, ne procurera aucune valeur ajoutée à la collectivité.

Globalement, la valeur ajoutée de tous les secteurs productifs correspond à la demande finale (dépense du consommateur)[1]. **Elle indique comment se repartit chaque dollar dépensé.**

À l'intérieur d'un circuit économique, la création de richesse ne se limite pas à l'entreprise qui dessert directement le consommateur (entreprise de première ligne, le détaillant par exemple), mais s'étend à l'ensemble des acteurs situés en amont. En effet, au niveau du marché final, l'entreprise se procure des intrants fournis par d'autres secteurs productifs (à vocation agroalimentaire ou non). Ces mêmes secteurs demandent à leur tour des intrants produits par d'autres. Ainsi se créent des marchés intermédiaires (intermédiaires au sens où les intrants subiront une transformation) où il se négociera des quantités de biens et services, et ce, à des prix convenus entre les acteurs en cause. Les demandes intermédiaires seront à l'origine de valeur ajoutée dans plusieurs secteurs économiques différents.

Concrètement, cela veut dire...

Comme on le sait, l'industrie bioalimentaire québécoise engendre un ensemble d'activités directes et indirectes en faisant intervenir en amont des fournisseurs d'intrants québécois (carton, équipement, etc.), et en nécessitant des achats de produits importés (bioalimentaires ou non). De plus, le gouvernement intervient par l'intermédiaire des subventions et des taxes.

À partir d'une demande finale au Québec évaluée à près de 26 milliards de dollars, l'industrie bioalimentaire québécoise génère, d'après les résultats du modèle intersectoriel du Québec, 8,7 milliards de dollars de valeur ajoutée. C'est donc dire qu'elle contribue pour près de 34 % à la valeur des produits alimentaires vendus au Québec; le reste est partagé entre les autres fournisseurs québécois de l'industrie (14 %), les importations interprovinciales et internationales (45 %) et les fuites (8 %).

Le tableau à la page suivante présente les résultats obtenus du modèle intersectoriel du Québec à partir d'une étude d'impact de la demande bioalimentaire québécoise de 26 milliards de dollars sur l'économie. Les résultats sont présentés de façon à illustrer le poids qu'a l'industrie bioalimentaire québécoise dans la composition de la demande alimentaire finale au Québec ainsi que le poids de chacun des maillons à l'intérieur de l'industrie bioalimentaire en ce qui concerne la création de la valeur des produits alimentaires qui lui est attribuable.

À l'intérieur de l'industrie bioalimentaire, la participation de chacun des maillons à la valeur ajoutée se résume comme suit : la production agricole et les pêches y contribuent pour 12 %, la transformation pour 24 % et la distribution pour 64 % (commerce de gros pour 9 %, commerce de détail pour 30 % et restauration pour 25 %)[2].

Toutes ces proportions montrent comment se partage chaque dollar dépensé par le consommateur entre les différents acteurs économiques.

1 Cette affirmation est simplifiée à des fins pédagogiques et illustre la relation entre la dépense finale et la valeur ajoutée. En pratique, il faut tenir compte de certaines fuites dans le système, comme les taxes et les importations, qui font partie des dépenses, mais ne génèrent pas de valeur ajoutée pour un secteur productif dans une économie. En analyse intersectorielle, la demande finale = valeur ajoutée + fuites (importations, taxes nettes des subventions, variations de stocks).

2 Il est important de mentionner que la production agricole et la transformation des aliments et boissons bénéficient des marchés extérieurs du Québec (dans le reste du Canada et dans le monde). Lorsque l'on tient compte de ces deux marchés, la part relative de l'agriculture et des pêches passe à 19 % et celle de la transformation à 34 % dans la valeur ajoutée de l'industrie bioalimentaire québécoise.

Décomoposition de la demande alimentaire au Québec en 2003*
(DEMANDE FINALE)

	- Millions de dollars -	Part relative	
		Par rapport à la demande	Par maillon
Secteur primaire			
Valeur ajoutée : Production agricole et pêches	1 045,0	4,1 %	12,0 %
Secteur secondaire			
Valeur ajoutée : Transformation alimentaire et boissons	2 074,9	8,0 %	23,9 %
Secteur tertiaire			
Valeur ajoutée : Commerce de gros	806,3	3,1 %	9,3 %
Valeur ajoutée : Commerce de détail	2 607,4	10,1 %	30,0 %
Valeur ajoutée : Restauration et débits de boissons	2 163,3	8,3 %	24,9 %
Partie de la valeur des produits alimentaires fabriqués directement par l'industrie bioalimentaire	8 696,9	33,6 %	100,0 %
Valeur ajoutée : autres fournisseurs	3 541,7	13,7 %	
Fuites (taxes moins subventions) et variation des stocks	2 004,6	7,7 %	
Importations	11 666,0	45,0 %	
Valeur de la demande alimentaire intérieure au Québec	25 909,2	100,0 %	

* Résultats obtenus à partir du modèle intersectoriel du Québec, Institut de la statistique du Québec

2.2
Les marges

Marge de l'intermédiaire

La marge de l'intermédiaire – intermédiaire étant entendu au sens de maillon de la chaîne bioalimentaire – se définit par la différence entre le prix de vente d'un produit donné (comme le porc) à la sortie de l'établissement et son prix d'achat. En d'autres mots, elle correspond à la différence entre les prix d'un produit vendu entre deux maillons d'une filière. La marge de l'intermédiaire couvre le coût des intrants autres que bioalimentaires, les coûts de commercialisation et la valeur ajoutée (et par le fait même la marge de profit).

La principale difficulté rencontrée lorsqu'on utilise de telles marges tient au fait qu'au fur et à mesure que l'on s'approche du produit fini, l'intrant bioalimentaire de base représente une fraction des dépenses de plus en plus petite. Autrement dit, les autres composantes qui font partie de la marge intermédiaire (les intrants autres que bioalimentaires et la valeur ajoutée) deviennent de plus en plus importantes. Concrètement, cela veut dire qu'il est difficile de comparer la marge intermédiaire du producteur de porc, par exemple, à celle du détaillant, pour le « même » produit, puisque ce dernier ne représente qu'une partie seulement dans la détermination du prix de vente. D'autres composantes y sont prises en compte tels les salaires, le coût de transport, l'espace tablette, etc.

Le graphique à la page suivante (publié par le USDA) montre l'évolution des marges intermé-diaires dans la filière porcine. L'augmentation de la marge pour le détaillant au fil des années ne peut s'expliquer nécessairement par une augmentation des profits. D'autres éléments peuvent causer cette hausse, comme l'augmentation des dépenses salariales dues à un accroissement d'activités ou l'augmentation des autres dépenses en biens et services.

Marge brute

La comparaison des ventes et du coût des ventes permet de faire apparaître la marge brute. Celle-ci est la différence entre le prix de vente d'un produit et son coût de fabrication. Cette marge est mesurée avant prise en compte des frais commerciaux, généraux et financiers. Elle permet de mesurer la part des coûts liés à la fabrication dans les ventes.

Marge bénéficiaire
(marge nette)

La marge bénéficiaire correspond à la marge brute moins l'ensemble des autres coûts, y compris les frais financiers. Elle correspond au profit réalisé par l'entreprise, qui rémunère l'effort et les risques encourus par le propriétaire. Indicateur financier souvent utilisé, le ratio de la marge bénéficiaire est tout simplement la marge bénéficiaire (le profit avant impôt) divisée par les ventes.

Évolution de la marge intermédiaire dans la filière porcine, Etats-Unis (dollars courants)

Source : Economic Research Service (USDA). Pork values and spreads

En résumé : prix, valeur ajoutée, marges...

Les principaux concepts présentés jusqu'à présent méritent d'être mis en relation les uns avec les autres. En effet, le débat actuel fait référence à l'un ou l'autre de ces concepts sans pour autant représenter les mêmes réalités. Le tableau qui suit permet de mieux cerner les relations entre ces différents concepts.

Relation entre prix, marge de l'intermédiaire, valeur ajoutée et marge bénéficiaire (vision économique)	**Relation entre prix, marge de l'intermédiaire, marge brute et marge bénéficiaire (vision comptable)**
Prix de vente	**Prix de vente**
- Prix payé pour l'intrant bioalimentaire	- Prix payé pour l'intrant bioalimentaire
= **Marge de l'intermédiaire**	= **Marge de l'intermédiaire**
- Coûts des autres intrants (biens et services non bioalimentaires)	- Autres coûts de fabrication des produits vendus
= **Valeur ajoutée**	= **Marge brute**
- Rémunération des facteurs de production (travail et capital)	- Autres frais commerciaux, généraux et financiers
= **Marge bénéficiaire (ou marge nette ou profit)**	= **Marge bénéficiaire (ou marge nette ou profit)**

Conclusion

Le dollar dépensé par le consommateur

Utilisation de la valeur ajoutée...

Comment se répartit le dollar dépensé par le consommateur québécois entre les maillons? Comme nous l'avons vu précédemment, la mesure qui permet de décomposer de façon rationnelle le dollar dépensé entre les différents maillons est la valeur ajoutée. Cette mesure représente la contribution économique (ou la valorisation) de chacun des maillons dans l'élaboration du produit final.

La plus grande part de la valeur ajoutée pour desservir le marché québécois, en 2003, va au secteur tertiaire, avec 64 % de la valeur ajoutée bioalimentaire. Tout porte à croire que ce résultat est dû à une croissance assez rapide de l'activité dans ce secteur, qui est certainement liée à des stratégies d'affaires adoptées dans un contexte de concurrence accrue et dans une période de restructuration majeure du secteur.

... et non de la marge intermédiaire

L'utilisation de la marge de l'intermédiaire pour répartir le dollar dépensé par le consommateur est moins appropriée puisque cette mesure ne dépend pas seulement de l'activité propre de l'entreprise, mais d'autres activités indirectes qui viennent influer sur sa valeur. Elle fait abstraction des fournisseurs non bioalimentaires. Ainsi, elle ne constitue pas à proprement parler une mesure de la contribution économique d'un secteur ou d'un maillon.

Par contre, la marge de l'intermédiaire peut servir à voir comment se transmettent les prix d'un maillon à l'autre. Toutefois, elle ne dévoile pas les facteurs sous-jacents qui expliquent cette transmission des prix. Il faut se rappeler que la marge dépend de plusieurs facteurs, comme le coût d'intrants, le coût de commercialisation et le coût des facteurs de production (main-d'œuvre, capital) – qui dépendent des prix et des quantités utilisées.

Et les profits dans tout ça?

La vraie question est-elle liée au profit?

Dans le débat actuel sur le « partage de marge », certains font implicitement ou explicitement référence à la marge de l'intermédiaire comme équivalent au profit. Or, l'évolution de la marge de l'intermédiaire soulève la question de la transmission des prix, difficile à jauger. La transmission des prix est de toute évidence un élément important à considérer, car elle affecte la marge bénéficiaire. Ce point est particulièrement sensible dans un contexte où tous les maillons de la chaîne ont à poursuivre des objectifs d'efficacité et de maîtrise des coûts.

Mais il demeure que la rentabilité s'établit en fonction de la situation propre à chaque entreprise ou maillon. En effet, elle récompense les efforts de l'entreprise et les risques encourus (dans le processus de création de valeur), risques qui peuvent être différents d'un acteur à l'autre, compte tenu de l'existence de mécanismes visant à stabiliser les revenus dans le cas de certains types d'activité économique bien précis[3].

Or, l'analyse de la profitabilité des entreprises du secteur bioalimentaire n'est pas une mince tâche. Il est important de bien comprendre les éléments qui influent sur les profits, notamment les prix, les coûts de fabrication ainsi que le niveau de risque ou d'incertitude.

L'autre élément important à considérer est le coût de fabrication et d'exploitation puisqu'il affecte directement l'efficacité et la rentabilité de l'entreprise. Finalement, il faut toujours avoir à l'esprit la notion de risque ou d'incertitude puisque ceux-ci, toutes choses étant égales par ailleurs, exerce une influence sur la rémunération du capital investi. En règle générale, un secteur évoluant dans un environnement à très faible risque procure à ses investisseurs un taux de rendement brut plus faible qu'un autre qui est dans un environnement à risque plus élevé.

Fin de l'article à la page suivante.

[3] Avant les années 70, l'activité agricole évoluait dans une situation incertaine, surtout à cause des risques liés aux changements climatiques et à leurs effets sur la tenue des marchés des denrées agricoles, ce qui avait pour effet d'affecter grandement les revenus des producteurs agricoles.

Pour pallier ces inconvénients, les gouvernements ont mis en place des mécanismes de contrôle ou d'atténuation de ces risques. Au Québec, les assurances agricoles (récolte et stabilisation du revenu) jouent ce rôle. D'autres cadres réglementaires permettent de réduire la variation des prix et des revenus reçus par les producteurs agricoles. Il s'agit, par exemple, des mécanismes de gestion de l'offre qui permettent de réguler la production pour éviter les surplus en contrepartie de quoi un certain niveau de prix est garanti. Il faut préciser que plus de 80 % des recettes agricoles au Québec sont sous l'influence de deux mécanismes d'intervention gouvernementale, soit le programme de stabilisation du revenu et la gestion de l'offre.

Finalement...

Le présent document ne nie pas le fait que certains maillons puissent traverser actuellement une période difficile. Il soulève seulement le fait que le débat actuel sur le « partage de marge » doit être analysé différemment que par la seule redistribution des marges. La notion de rentabilité (ou de profit) doit davantage être mise en avant dans le débat en cours, et ce, dans un cadre analytique bien étoffé.

Déjà parus

Vol. 4, N° 1 : Janvier 2001	La charcuterie au Québec : quelques points de repère
Vol. 4, N° 2 : Mars 2001	Spécial Sial Écho des tendances dans le secteur agroalimentaire
Vol. 4, N° 3 : Mai 2001	Les stratégies d'internationalisation dans la transformation alimentaire au Québec : une analyse de cas
Vol. 4, N° 4 : Octobre 2001	Agroalimentaire : fusions et acquisitions des raisons et des impacts
Vol. 5, N° 1 : Février 2002	Les services alimentaires : un menu diversifié à découvrir
Vol. 5, N° 2 : Avril 2002	Transformation alimentaire et exportation : un duo gagnant
Vol. 5, N° 3 : Juin 2002	Alimentation : le profil du consommateur et de ses habitudes
Vol. 5, N° 4 : Décembre 2002	Intégration et coordination verticales dans la distribution alimentaire : les expériences d'intervenants majeurs
Vol. 6, N° 1 Juin 2003	L'industrie des aliments et boissons : un stabilisateur économique
Vol. 6, N° 2 Septembre 2003	Le consommateur québécois et ses dépenses alimentaires
Vol. 6, N° 3 Décembre 2003	L'avenir de la restauration face à la baisse de main-d'oeuvre
Vol. 7, No 1 Mars 2004	Portrait récent des investissements en immobilisations dans l'industrie québécoise de la fabrication des aliments et boissons (1991-2002)
Vol. 8, No 1 Janvier 2005	Les produits biologiques : quel est leur avenir sur le marché canadien?